

A Influência do consumo de álcool na sinistralidade rodoviária em Angola

Miguel Ângelo da Costa Prata

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção
do grau de Mestre em Gestão de Informação

NOVA Information Management School
Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação
Universidade Nova de Lisboa

A influência do consumo de álcool na sinistralidade rodoviária em Angola

por

Miguel Ângelo da Costa Prata

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em
Gestão de Informação, Especialização em Marketing Intelligence

Orientador/Coorientador: Jorge Morais Mendes

12/2017

AOS MEUS PAIS

Agradecimentos

Após uma caminhada árdua, eis o fruto de suor, conhecimento e dedicação. Este trabalho é individual mas com espírito coletivo, pois nunca estive sozinho.

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais e aos meus irmãos pelo incentivo e apoio incondicional durante todo o percurso da minha vida.

Ao meu orientador Jorge Morais Mendes, pela disponibilidade, pelos conhecimentos, pelos conselhos transmitidos e pelo apoio fornecido neste trabalho.

A NOVA IMS, professores e colegas que proporcionaram o desenvolvimento do meu conhecimento e curiosidade sobre o mundo científico.

Aos meus amigos, familiares, colegas, professores e aos funcionários da Polícia Nacional de Angola que contribuíram direta ou indiretamente neste trabalho a nível intelectual, emocional e material.

ABSTRACT

A atual situação rodoviária em Angola constitui uma grande preocupação para os órgãos dirigentes. O número de acidentes rodoviários cresce a cada ano envolvendo pessoas com idade produtiva. Segundo fontes oficiais, cerca de 80 % dos acidentes são causados devido à condução sob influência de bebidas alcoólicas, que por sua vez podem atingir números mais elevados quando associados a outros fatores como cívicos, financeiros, sociais, condições rodoviárias e ambientais (Polícia Nacional de Angola, 2014). O presente estudo pretende assim analisar a intenção dos condutores angolanos em adotar o comportamento de conduzir sob o efeito de bebidas alcoólicas. Foram inquiridos 400 condutores angolanos, com um questionário baseado na Teoria de Comportamento Planeado (TCP).

PALAVRAS-CHAVE: Angola; Consumo de álcool; Sinistralidade rodoviária; Marketing Social; Teoria de Comportamento Planeado (TCP)

ABSTRACT

The current road situation in Angola is a major concern for the governing bodies. The number of accidents involving people of productive age increasing each year. According to sources from the National Police of Angola, 80% of the road accidents were caused from driving under the influence of alcohol, which in turn can reach higher numbers when associated with other factors, such a civic, financial, social aspects, road and weather conditions (Polícia Nacional de Angola, 2014). The present study want to analyze the intention of the Angolan drivers to adopt the behavior of driving under the influence of alcohol. Were interviewed 400 Angolan drivers with a questionnaire based on the Theory Planned Behavior (TPB).

KEYWORDS: Angola, Alcohol consumption, Road accidents, Social Marketing, Theory Planned Behavior (TPB)

ÍNDICE

LISTA DE TABELAS	VIII
LISTA DE FIGURAS.....	IX
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1 OBJETIVO	1
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	1
2. ÁLCOOL E A CONDUÇÃO.....	3
2.1 ENQUADRAMENTO	3
2.2 ÁLCOOL.....	5
2.3 COMO O ÁLCOOL É DESTRUÍDO PELO ORGANISMO.....	6
3. NÚMEROS E CAMPANHAS.....	8
3.1 NÚMEROS DA SINISTRALIDADE RODOVIÁRIA EM ANGOLA.....	8
3.2 REALIDADE DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS EM ANGOLA.....	10
4. COMPORTAMENTO.....	13
4.1 CONDUÇÃO DEFENSIVA.....	13
4.2 FATOR CULTURAL	14
4.3 MARKETING SOCIAL.....	16
5. MODELO EXPERIMENTAL	18
5.1 ENQUADRAMENTO	18
5.2 HIPÓTESES	23
5.3 METODOLOGIA.....	24
5.4 FORMAÇÃO DO QUESTIONÁRIO.....	25
6. ENTREVISTA EXPLANATÓRIA	29
7. RESULTADOS.....	31
7.1 PARTICIPANTES	31
7.2 RECOLHA DE DADOS	33
7.3 CONSISTÊNCIA INTERNA DE CADA VARIÁVEL	35
7.4 VALIDAÇÃO DE HIPÓTESES	37
8. CONCLUSÃO.....	41
8.1 SUGESTÕES E LIMITAÇÕES	43
9. GLOSSÁRIO	44
10. BIBLIOGRAFIA	45
11. ANEXOS	51
11.1 ENTREVISTA COMPLETA COM SUBINTENDENTE DA POLÍCIA NACIONAL	52
11.2 ANÁLISE FATORIAL.....	55
11.3 QUESTIONÁRIO	57

Lista de Tabelas

TABELA 1– GRADUAÇÃO APROXIMADA DE DIVERSAS BEBIDAS ALCOÓLICAS	5
TABELA 2 – RISCO NORMAL DE CIRCULAÇÃO AUTOMÓVEL IGUAL A UM (=1), ADICIONANDO O ÁLCOOL NO PROCESSO DE CONDUÇÃO	6
TABELA 3 – CONSEQUÊNCIAS DA INGESTÃO DE ÁLCOOL	7
TABELA 4 - LISTA DE QUESTÕES INCLUÍDAS NO QUESTIONÁRIO SOBRE TCP, AGRUPADAS DE ACORDO COM AS DIFERENTES VARIÁVEIS/ITENS, COM INDICAÇÃO DO NÚMERO DA QUESTÃO APRESENTADA NO INSTRUMENTO ORIGINAL [ANEXO, QUESTIONÁRIO]	28
TABELA 5 - ESCALA PARA AVALIAÇÃO DE FIABILIDADE ALFA DE CRONBACH’S	35
TABELA 6 - COEFICIENTES DE KAISER-MAYER-OLKIN (KMO)	35
TABELA 7 – CONSISTÊNCIA INTERNA DE CADA VARIÁVEL.....	36
TABELA 8 - VALIDAÇÃO DAS HIPÓTESES (H1, H2 E H3)	38
TABELA 9 - GROUP STATISTICS	39
TABELA 10 - INDEPENDENT SAMPLES TEST	39
TABELA 11 - INDEPENDENT SAMPLES TEST	40
TABELA 12 - INDEPENDENT SAMPLES TEST	40
TABELA 13 – ANÁLISE FATORIAL DA VARIÁVEL ATITUDE	55
TABELA 14 – ANÁLISE FATORIAL DA VARIÁVEL AVALIAÇÃO COMPORTAMENTAL	55
TABELA 15 – ANÁLISE FATORIAL DA VARIÁVEL NORMA SUBJETIVA	56
TABELA 16 – ANÁLISE FATORIAL DA VARIÁVEL CONTROLE COMPORTAMENTAL PERCEBIDO	56
TABELA 17 – ANÁLISE FATORIAL DA VARIÁVEL INTENÇÃO	56

Lista de Figuras

FIGURA 1 - TAXA DE VARIAÇÃO REFERENTE A SINISTRALIDADE EM ANGOLA ENTRE 1994 - 2013	8
FIGURA 2 - DIAGRAMA ESQUEMÁTICO TEORIA DA AÇÃO RACIONAL (THEORY OF REASONED ACTION)	19
FIGURA 3 - DIAGRAMA ESQUEMÁTICO DA TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEADO (THEORY OF PLANNED BEHAVIOR)	20
FIGURA 4 - HIPÓTESES INTEGRADAS NO MODELO.	23
FIGURA 5 - DISTRIBUIÇÃO DE GÉNERO	31
FIGURA 6 - DISTRIBUIÇÃO DE IDADE	32
FIGURA 7 - DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADE PROFISSIONAL	32
FIGURA 8 - DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA POR PROVÍNCIA	33
FIGURA 9 - CARTOGRAMA : DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO RESIDENTE, POR PROVÍNCIA, 2014	34
FIGURA 10 - ANÁLISE PATH DA APLICAÇÃO DA TEORIA DE COMPORTAMENTO PLANEADO (TCP)	36
FIGURA 11 - DIAGRAMA DE CAIXA DE BIGODES	39

1. Introdução

1.1 Objetivo

Este trabalho consiste em perceber as causas dos automobilistas continuarem com intenção de adotar um comportamento pacífico face a prática, da condução sob efeito de bebidas alcoólicas, com ajuda de um modelo comportamental. Os números mostram uma grave realidade, fazendo crer que as tentativas de consciencialização, simplesmente não surtiram efeito. Seria importante perceber a razão pela qual os utentes da via pública não mudam de comportamento.

1.2 Objetivos Específicos:

- Identificar os principais indicadores que contribuem para a intenção de conduzir sob efeito de bebidas alcoólicas
- Analisar se os indivíduos mais jovens são mais propensos a adotarem tal comportamento

Estas soluções de Marketing Social serão concebidas tendo em conta as respostas obtidas através do questionário, recorrendo à Teoria do Comportamento Planeado de Ajzen (1991), informações extraídas das entrevistas, bem como informações únicas que caracterizam o país.

Este conhecimento possibilitará às entidades públicas de Angola e às associações, definir medidas de ação que promovam maior sensibilização para a mudança de comportamento por parte dos condutores em território nacional.

2. Álcool e a Condução

2.1 Enquadramento

A sinistralidade rodoviária é uma consequência civilizacional, morrem mais de 1.2 milhões de pessoas no mundo e mais de um milhão ficam feridas ou desabilitadas (World Health Organization - WHO, 2007). Sendo a segunda causa de mortalidade em Angola e estando atualmente com uma média diária de 45 acidentes com 13 mortes e 43 feridos, coloca Angola como o 24º país com maior taxa de mortalidade rodoviária no mundo (WHO, 2013), apresentando na sua maioria um número de acidentados com uma idade compreendida entre os 20 e 40 anos. Esta perda significativa de cidadãos em idade produtiva para um país, afetará a sua economia a longo prazo, através de uma causa/problema evitável (WHO, 2007).

É de difícil compreensão o aumento exponencial da sinistralidade, sabendo que existem todos os anos campanhas de prevenção e sensibilização por parte das autoridades competentes, nomeadamente da Polícia Nacional de Angola, especialmente através da sua Direção Nacional de Viação e Trânsito, das escolas de condução e de outras entidades. De facto a mensagem é veiculada, mas não de forma massiva, como nas épocas festivas (Natal e Ano Novo, por exemplo) verificando-se que a exposição da mensagem em relação ao comportamento de condução, é feita de forma desajustada (no tempo e no espaço), porque da forma que é implementada não garante que a mensagem seja processada. Deve-se recorrer a formas de comunicação mais segmentadas e personalizadas (Hoekstra e Wegman, 2011; Ulleberg e Rundmo, 2012; Marques, 2013).

Segundo Lefebvre (1999), após 6 meses de término de uma ação de comunicação as mudanças verificadas em termos de conhecimento e motivação continuarão presentes,

mas relativamente ao comportamento, a tendência é diminuir, pelo que, é necessário um reajuste da mensagem.

A sinistralidade rodoviária constitui motivo de preocupação para as autoridades, por estar fortemente ligada ao álcool. É importante informar aos automobilistas como o álcool se reflete no corpo, dado que só a sensibilização repetitiva “se conduzir não beba, e se beber não conduza”, podendo torna-se ineficaz quando o automobilista não é informado de forma clara sobre a quantidade de álcool que pode ingerir sem que seja ultrapassado o limite permitido por lei.

2.2 Álcool

O álcool (bebida) é obtido a partir da fermentação de vegetais ricos em açúcar ou por destilação.

Bebidas	%
Cerveja (fermentação de maltes e lúpulos)	5% Álcool
Vinho (fermentação de uva)	11% Álcool
Vermute (fermentação de frutas)	16% Álcool
Licores (destilação de diversos frutos)	35% Álcool
Whisky (destilação de cereais)	40% Álcool
Aguardentes (destilação de frutas e legumes)	>40% Álcool

Fonte: Adaptado do IMTT (2017, p.5)

Tabela 1– Graduação aproximada de diversas bebidas alcoólicas

A quantidade de álcool ingerido é medida pela proporção de álcool existente num determinado volume de sangue, relação esta que se denomina Taxa de Alcoolemia no sangue (**T.A.S**), e que se mede em gramas (de álcool) por litro (de sangue).

A condução com uma taxa de álcool no sangue superior a 1,2 gramas por litro (TAS> 1,2 g/l) é considerada crime, estando o condutor sujeito, para além da coima e da sanção acessória desde a inibição de condução, até uma pena de prisão efetiva. Após a ingestão de bebidas alcoólicas, o processo de absorção inicia-se de imediato e o álcool entra diretamente no sistema circulatório, atingindo rapidamente o cérebro, afetando as capacidades cognitivas e percetivas do condutor, em especial a visão e a audição. Reduz o campo visual, a capacidade de exploração visual, a visão dupla e redução da capacidade de readaptação após encandeamento (IMTT, 2017). Também afecta a capacidade de reação, aumenta a descoordenação motora e a capacidade de avaliação

das distâncias, promove a tendência para a sobrevalorização das capacidades e, consequentemente aumenta o risco de acidente (ver Tabela 2).

COM UMA T.A.S DE	RISCO DE ACIDENTE
0,0 g/l	1
0,5 g/l	2 Vezes
0,8 g/l	4 Vezes
1,2 g/l	16 Vezes

Fonte: IMTT (2017, p.3)

Tabela 2 – Risco normal de circulação automóvel igual a um (=1), adicionando o álcool no processo de condução

2.3 Como o álcool é destruído pelo organismo

“Um condutor atinge a TAS máxima cerca de 1 hora, após a ingestão do último copo. O processo de eliminação do álcool no organismo é realizado pelo fígado, pelo ar expirado, pela urina e pela transpiração, sendo lento, reduzindo em média 0,14 g/l por hora. Assim, um indivíduo que tenha atingido uma TAS de 2,00 g/l à meia-noite, só por volta das 14 horas do dia seguinte é que terá eliminado completamente o álcool no seu sangue, apresentando, ainda, às 9 horas da manhã, uma taxa superior a 0,80 g/l, em circunstâncias médias e normais, ou seja um valor que constitui uma contraordenação muito grave, perante o código da estrada. Este processo de eliminação não pode ser tornado mais rápido por nenhum meio, assim como não é possível eliminar os efeitos que o álcool produz no indivíduo. Existem, contudo, substâncias e fatores que perturbam essa eliminação, nomeadamente atrasando as funções normais do fígado, ou potenciando o seu efeito nocivo como, por exemplo, o café, o chá, o tabaco, certos medicamentos e a fadiga.” (IMTT, 2017, p.5).

T.A.S	CONSEQUÊNCIAS
0,2 g/l – 0,3 g/l	<ul style="list-style-type: none"> • Diminui o campo visual • Aumenta o tempo de reação
0,3 g/l - 0,5 g/l	<ul style="list-style-type: none"> • Diminui campo visual • Aumenta o tempo reação
0,5 g/l - 0,8 g/l	<ul style="list-style-type: none"> • Euforia, • Sensibilidade luminosa • Desequilíbrio;
0,8 g/l - 1,5 g/l	<ul style="list-style-type: none"> • Descoordenação motora • Dificuldade em controlar a viatura;
> 1,5 g/l	<ul style="list-style-type: none"> • Visão dupla • Diminuição de sensibilidade • Coma.

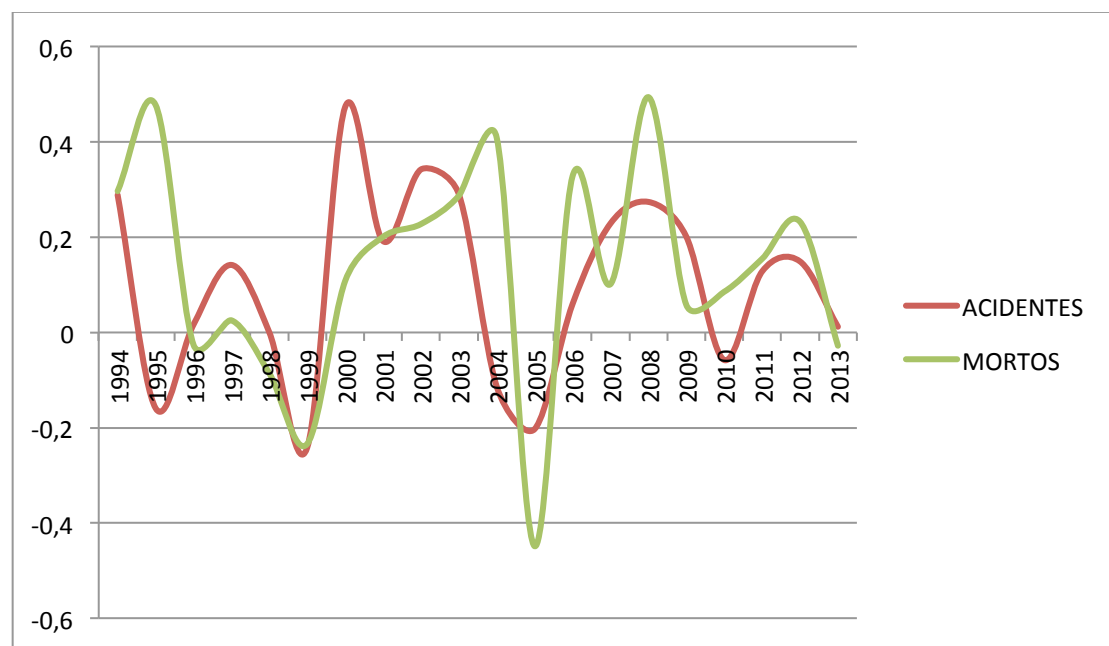
Fonte: Adaptado de WHO (2007, p.8)

Tabela 3 – Consequências da ingestão de álcool

3. Números e Campanhas

3.1 Números da Sinistralidade Rodoviária em Angola

Para melhor conseguirmos analisar como a sinistralidade evoluiu no país, foram analisados os dados num período de 19 anos (ver Figura.1), com o objetivo de especificar a gravidade da situação:



Fonte: Adaptado de Direção Nacional de Viação e Trânsito de Angola – DNVTV (2017) e WHO (2013)

Figura 1 - Taxa de Variação referente a Sinistralidade em Angola entre 1994 - 2013

O período 1992 – 2002 foi um dos piores em vitimização, não pelos motivos comuns que serão referenciados ao longo do trabalho, mas pelo fator guerra. Após à conquista da paz, em 2002, registou-se uma redução substancial, quer em números de mortos quer de acidentes.

Uma comparação muitas vezes feita, quando se procede a uma análise desse tipo, é da mortalidade ocorrida na guerra civil, onde perderam a vida mais de 500.000 pessoas, e num período semelhante 1994 – 2013 perderam a vida nas estradas mais de 187.000. Esses números custam ao país muitos milhões de Kwanzas, pois o Estado sai lesado, uma vez que cada sinistro comporta normalmente custos relacionados com o trabalho das forças de segurança (Policia e Bombeiros), bem como Hospitais e Tribunais.

Enumeram-se as causas subjacentes aos acidentes relacionados com os condutores angolanos pela frequência com que surgem nos dados estatísticos:

- Perda de controlo e domínio do veículo;
- Falha durante a realização de curvas;
- Velocidade inadequada;
- Erros na cedência de passagem;
- Erros na manutenção da distância de segurança;
- Dificuldades na mudança de direção;
- Acidentes relacionados com ultrapassagens;
- Adormecimento ao volante (períodos da noite);
- Consumo excessivo de bebidas alcoólicas.

3.2 Realidade das campanhas publicitárias em Angola

Observando os números, as campanhas ao longo dos anos não terão, porventura, sido as mais eficazes. A implementação de campanhas de choque na TV poderia ser uma mais-valia ou leis mais restritivas à semelhança de outros países africanos (Ferreira-Borges et al., 2015) pois mostram situações reais, no intuito de tentar consciencializar de forma mais agressiva os utentes da via pública para os perigos e consequências de uma condução descuidada ou sob o efeito do álcool (Van Den Heever e Mbanjwa, 2010). Certas campanhas integram bebés, crianças e jovens por ser um fator emocional adicional que reforça a mensagem que se pretende transmitir.

Eis algumas campanhas realizadas ao longo dos anos pela Polícia Nacional de Angola:

- 2010, Campanha do Cinto de Segurança e do Telemóvel;
- 2011, Campanha Paz na Estrada com as sub – campanhas: I Fase Campanha do Capacete de Proteção – “Usa a Cabeça, Usa Capacete”; I Fase da Campanha – “Se beber Não Conduza”; I Fase da Campanha – “Peão Consciente é Peão Seguro”;
- 2011, II Fase Campanha do Capacete de Proteção – “Usa a Cabeça, usa Capacete”; II Fase da Campanha – “Se Beber Não Conduza” e II Fase da Campanha – “Peão Consciente é Peão Seguro”;
- 2013, Campanha “Acordos de Paz na Estrada”.

Neste âmbito, a Polícia Nacional, através do seu departamento de Prevenção Rodoviária, preocupou-se desde 2010) em realizar ações de sensibilização nas vias

públicas, em estabelecimentos empresariais, mercados, escolas e igrejas com a finalidade de alcançar o maior número de pessoas e assim fazer com que a mensagem chegasse de forma clara e objetiva (DNVT, 2017).

A sensibilização na via pública é feita de forma recorrente, alertando os automobilistas dos perigos eminentes. É uma forma da Polícia fazer-se sentir presente, não só para autuar os automobilistas, mas como consciencializar os mesmos de outros fatores ligados à condução.

Tendo a província de Luanda o maior número de habitantes e nomeadamente com maior número de casos de sinistros (DNVT, 2017), em 2013 foram realizadas (471) atividades de prevenção rodoviária em Angola. Neste segmento existem alguns métodos que a Polícia angolana utiliza para prevenção rodoviária:

- Sensibilização na via pública;
- Palestras;
- Exposições;
- Entrevistas de Televisão;
- Entrevistas de Rádio;
- Entrevistas nos Jornais.

Os meios usados são adaptados à realidade do país, notando-se o pouco/raro investimento em outras formas de campanhas publicitárias (grandes produções televisivas), substituídas assim, por casos reais e posteriormente comentários de especialistas na matéria (Polícia, Psicólogos, Advogados), com a finalidade de esclarecer todas as dúvidas em cada caso de sinistro apresentado, como penas aplicadas, ação da polícia naquela situação e reflexão social sobre os infratores.

Existem alguns fatores de risco associados à dificuldade de captação e implementação das mesmas campanhas por parte dos utentes da via pública:

- Débil formação de condutores;
- Inexistência de matéria relacionada com educação rodoviária no curriculum escolar;
- Exígua oferta de transportes públicos coletivos de passageiros;
- Ineficácia na aplicação da lei, entre outros fatores que debilitam o sistema como um todo.

Os números alcançados pela sinistralidade rodoviária no país, espelham o atual estado da segurança rodoviária, que é quase nula. O país revela um aumento substancial de condutores (DNVT, 2016), em paralelo com o crescimento económico nacional, mas o exacerbado incumprimento às normas estabelecidas pelo Código de Estrada gera consequências negativas.

4. Comportamento

4.1 Condução defensiva

Define-se por condução defensiva, conduzir de forma a prevenir, evitar e não provocar acidentes, sejam quais forem as condições de circulação inerentes à via, ao veículo e meteorológicas, e quaisquer que sejam os comportamentos dos outros utentes, condutores e peões. (IMTT, 2017). O condutor que não pratica uma condução defensiva tem grandes probabilidades de estar envolvido num sinistro rodoviário.

As pequenas e boas práticas de condução como sinalização luminosa e sonora de forma adequada, velocidade controlada, prever o comportamento dos outros condutores, são exemplos de condução defensiva importantes.

Em certas cidades de Angola, vive-se com níveis elevados de stress, vulgarmente definido como reação de um indivíduo a pressões ou exigências que ultrapassem os limites das suas próprias capacidades (IMTT, 2017). Nas cidades com maior registo de acidentes em Angola, Luanda posiciona-se no topo devido ao número elevado de habitantes, sendo por isso uma mini-metrópole e é naturalmente propícia ao excesso de veículos, poluição, obras nas vias, vida laboral agitada, pontos que não contribuem para uma condução civilizada, potenciando desta forma uma condução agressiva e a respetiva falta de civismo no trânsito, combinada com a questão cultural.

4.2 Fator cultural

A cultura consiste em um conjunto de costumes, crenças, valores, conhecimentos e habilidades que afetam o comportamento de um determinado grupo (Amodeo et al., 1997). Usando esse conceito, percebemos, que os indivíduos podem acreditar que estejam a realizar um comportamento aceitável num determinado contexto. A Organização Mundial de Saúde (OMS, 1984) concluiu que é necessário um conhecimento profundo dos contextos socioculturais e psicológicos para o desenvolvimento de metodologias que possam promover um melhor comportamento no trânsito, tendo como foco os acidentes e o alto custo social que representam.

Um dos pontos de relativa importância, que por vezes é esquecido em análises de sinistros rodoviários, é a “cultura da condução” que se vive na área de estudo e que afeta todos os intervenientes da condução (condutores, peões, autoridades rodoviárias, câmaras da cidade, manutenção das vias, etc.)

O desenvolvimento sociocultural não pode ser esquecido quando se fala em condução em África, que é medido pelo comportamento do seu povo. E esse comportamento reflete-se nomeadamente nos números dos sinistros nas estradas. Um dos problemas atuais é em relação aos impostos às bebidas alcoólicas, que não são ajustados com a inflação dos respetivos países, o que significa que o álcool se torna mais barato, podendo levar a um aumento do consumo (Parry et al., 2003). Atendendo à falta de rigor e disciplina em países menos desenvolvidos, é evidente a clara tendência para a desresponsabilização e para a emotividade, que depois irá traduzir-se no incumprimento do código de estrada e numa condução agressiva.

“It’s true that most people in Africa don’t drink for cultural, religious and economic reasons but those who drink, drink a lot” – Dr. Vladimir Poznyak (Reuters, 2012).

Os países mais ricos estão a reduzir o consumo do álcool em relação aos países pobres e em desenvolvimento, em que o consumo de bebidas alcoólicas tem vindo a aumentar ao longo dos anos, contribuindo para um declínio na expectativa de vida, fomentado pelas grandes companhias, que procuram novos mercados, instalando-se em países em desenvolvimento, contribuindo assim para o aumento do consumo (WHO, 2001).

E os resultados são os números elevados de acidentes rodoviários que se podem observar todos os meses. Como já foi referenciado no tópico anterior (condução defensiva), grande parte dos sinistros registados poderiam ser evitados, mas existe uma relutância por parte dos automobilistas angolanos em cumprir o Código de Estrada.

O fator cultural cobre toda a sociedade e é por si só, um forte elemento potenciador da sinistralidade rodoviária. Cabe também aos próprios agentes da autoridade dar o seu exemplo, pois neles recai uma grande parte da responsabilidade civil.

4.3 Marketing Social

O *Marketing Social* é uma aplicação de ferramentas e conceitos comerciais de *Marketing* para programas destinados a influenciar o comportamento voluntário do público-alvo ou a sociedade de que dela fazem parte (Andreasen et al., 1987; Kotler, 1996). São exemplos de *Marketing Social* campanhas sobre cancro, alcoolismo, hábitos alimentares, cuidados de saúde, prevenção rodoviária, entre muitos outros.

As organizações de *marketing social* normalmente têm como obstáculo a “cultura” (Andreasen et al., 1987), nomeadamente, ao falar-se de questões de muita notoriedade referenciadas acima (cancro, alcoolismo, prevenção rodoviária, entre outros). As pessoas estão dispostas a dar o seu contributo sobre os mesmos tópicos, mas em contrapartida, estas mesmas pessoas estão mais propensas a dar respostas imprecisas ou socialmente desejáveis (Bloom et al., 1981; Smith e William, 2006).

Os acidentes rodoviários são a maior causa de morte de pessoas com menos de 35 anos em todo o mundo. Neste caso o *Marketing Social* desempenha um papel fulcral na aplicação de princípios básicos de *Marketing* para a concepção e implementação de programas e campanhas de informação que promovem causas sociais no âmbito rodoviário, como segurança rodoviária, uso do cinto de segurança, limites de velocidade, entre outros (Hoekstra e Wegman, 2011).

Fazendo uma avaliação dos prós e contras dos vários canais de comunicação chegou-se à conclusão que a televisão é amplamente mais persuasiva em relação a campanhas de segurança rodoviária (Cameron e Harrison, 1998).

Os níveis de expectativa do condutor são influenciados pela publicidade. O casamento do cumprimento das regras com as intervenções de publicidade é eficaz e permite a geração de sinergias que podem resultar em reduções consideráveis dos acidentes na estrada (Harman e Murphy, 2008).

Analisando as teorias de comportamento e de mudança comportamental, é possível rapidamente identificar lacunas de cariz social neste tipo de teorias, e no modo como as questões são elaboradas. No entanto, estas não devem ser descartadas, pois trata-se de modelos individualizados de comportamento intuitivos, evidentes e explícitos, especialmente quando comparados aos impactos mais confusos (diluídos) de estruturas sociais e da tecnologia, que muitas vezes são muito difíceis de diferenciar (Nisbet et al., 2008). Além disso, é evidente que agentes individuais ou individualizados, desempenham algum papel (moderadamente forte) na decisão sobre ou na escolha do comportamento.

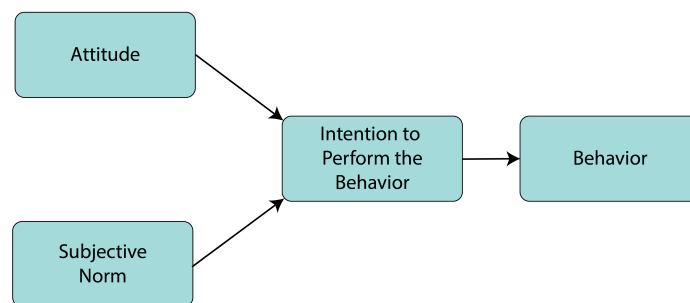
5. Modelo Experimental

5.1 Enquadramento

Se um indivíduo acredita que pode fazer algo, seja por habilidade ou experiência, ele fará uma avaliação positiva ou negativa da situação tornando mais suscetível a realização da ação (Ajzen, 1991). Embora essa percepção venha principalmente de modelos cognitivos, é evidente que essa confiança em executar o comportamento está relacionado com a disseminação da sociedade onde o indivíduo está inserido, sendo esses comportamentos semelhantes, numa específica problemática social.

Para estabelecer uma melhor relação dessas variáveis que influenciam a mudança comportamental, foram escolhidos os seguintes modelos para o estudo:

A Teoria da Ação Racional (TAR) surgiu de um trabalho conjunto (Fishbein e Ajzen, 1980) com base na premissa de que a intenção traduz diretamente o comportamento, fazendo da intenção uma consequência das atitudes e das normas subjetivas sociais (Armitage et al., 2000; Buckworth e Dishman, 2007).

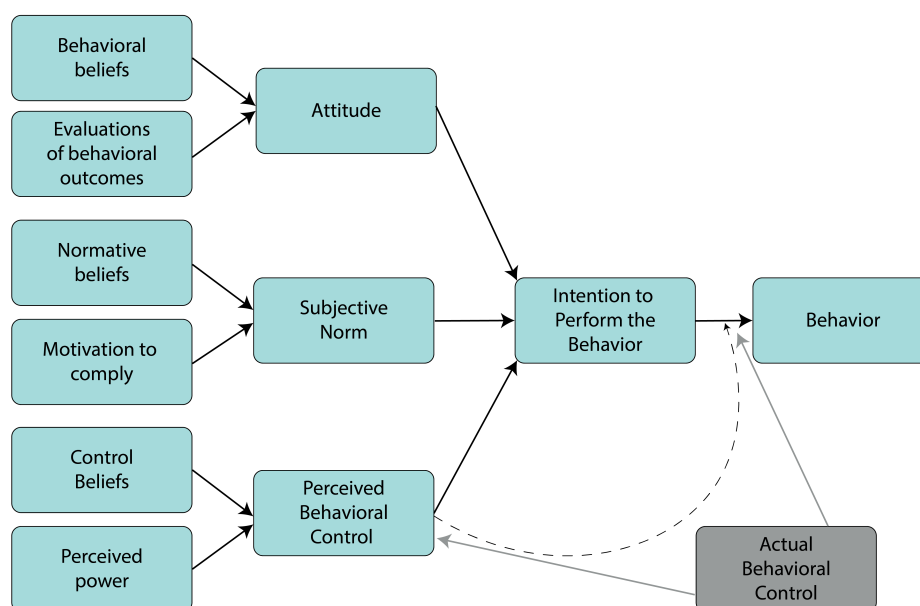


Fonte: Adaptado de Fishbein e Ajzen (1980)

Figura 2 - Diagrama esquemático Teoria da Ação Racional (Theory of Reasoned Action)

As atitudes são uma resultante das crenças que através do comportamento específico e da avaliação dos resultados (Biddle e Mutrie, 2007), se relacionam com a avaliação positiva ou negativa do comportamento (Armitage, 2005; Courneya, 1995), sendo crucial para a formação das intenções (Biddle, 2008; Hagger e Chatzisarantis, 2002; Lippke, 2007). Nas Normas Subjetivas estão incorporadas as crenças e pessoas relevantes na vida do indivíduo e como o mesmo está motivado a agir de acordo com essas crenças ou opiniões das referidas pessoas (Biddle e Mutrie, 2007). O indivíduo está sujeito à pressão social (percebida) para realizar o comportamento (Armitage, 2005; Biddle e Mutrie, 2007; Chatzisarantis e Hagger, 2005; Lippke, 2007). A Intenção é a motivação necessária para adotar um certo comportamento, pelo que, quanto maior a intenção, maior será a probabilidade de ser adotada (Armitage e Conner, 2000).

Em 1991 foi proposta uma extensão da Teoria da Ação Racional (Ajzen, 1991), chamando-a de Teoria do Comportamento Planeado (TCP). Esta é idêntica à TAR, mas tem o pormenor de incluir a variável “percepção de controlo comportamental”, que é definida como a facilidade ou dificuldade em adotar um comportamento específico, tendo em conta experiências anteriores como obstáculos previstos (Ajzen, 2005).



Fonte: Adaptado de Ajzen (2006)

Figura 3 - Diagrama esquemático da Teoria do Comportamento Planeado (Theory of Planned Behavior)

A Percepção de Controlo Comportamental de Ajzen (1991) é semelhante ao de autoeficácia (Bandura, 1997), onde constam julgamentos em relação à forma como podemos executar um comportamento, para alcançar os resultados (Biddle e Mutrie, 2007). Esta variável é um construto baseado em crenças de controlo e num domínio (poder) percebido destas crenças (Ajzen, 1991), que traduzem a presença percebida dos fatores que podem ser facilitadores ou impeditivos na execução do comportamento, enquanto o “controlo percebido” é referente ao impacto percecionado

da facilitação ou impedimento destes fatores na execução do comportamento (Ajzen, 1991). Outra abordagem para o Controle Comportamental Percebido, pode ser encontrada em Atkinson (1964) Teoria da Motivação para a Realização. Um fator importante nesta teoria seria a expectativa de sucesso, definida como a probabilidade percebida de executar determinada tarefa, claramente, esta visão é bastante semelhante ao Controle Comportamental Percebido, num contexto comportamental específico e não a uma predisposição generalizada.

A percepção de controlo comportamental pode produzir dois efeitos:

- Influenciará as intenções, atitudes e as normas subjetivas, tornando-se este mesmo efeito motivacional para executar o comportamento (beber e posteriormente conduzir).
- Influenciará de forma direta o comportamento, em que as percepções de controlo comportamental são realistas.

Podemos concluir que a percepção de controlo comportamental é fulcral nas intenções e no comportamento (Armitage e Conner, 2000), sendo assim uma medida de substituição de controlo de comportamento final (Ajzen, 1991).

No TCP as intenções são determinadas pelas atitudes, normas subjetivas e percepção de controlo comportamental, colocando a intenção de beber e posteriormente conduzir muito mais provável de acontecer se o utente da via pública fizer uma avaliação positiva do comportamento, se receber uma grande pressão social para o fazer e se

igualmente acreditar que conseguirá fazer. (Armitage, 2005; Biddle e Mutrie, 2007; Chatzisarantis et al., 2005; Lippke et al., 2004).

5.2 Hipóteses

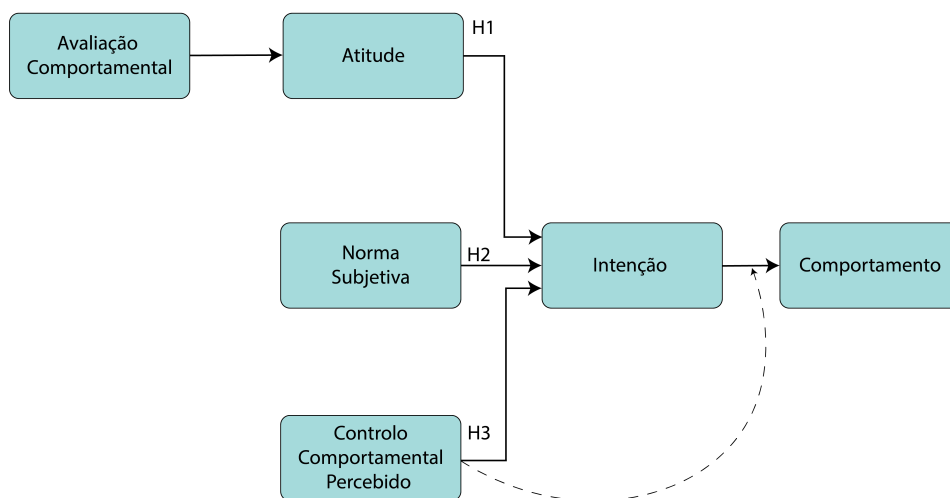
Adicionalmente pretendeu-se testar as seguintes hipóteses (ver Figura 4) :

H1: A Atitude terá grande influência sobre a Intenção

H2: A Norma Subjetiva não terá grande influência sobre a Intenção

H3: O Controlo Comportamental Percebido terá grande influência sobre a Intenção

H4: Os indivíduos com idade compreendida [18-20] anos não são o grupo mais propenso a realizar este tipo de comportamento (consumir bebidas alcoólicas antes da condução)



Fonte: Adaptado de Ajzen (2006)

Figura 4 - Hipóteses integradas no modelo.

Para o efeito e para cada hipótese, procedeu-se à aplicação de modelos de regressão linear múltipla, assim como análise factorial, exploração e cruzamento de variáveis.

Para análise dos resultados foi usado o *software* estatístico *IBM SPSS Statistics for Windows*, versão 19 (SPSS, 2010).

Tendo por base a verificação das diferentes hipóteses construiu-se um modelo final, o qual foi validado tendo como base as metodologias de *path modeling*, aplicadas com recurso ao *software Lisrel*. Deste modo, realiza-se uma optimização conjunta das associações e correlações entre os diferentes construtos do modelo final.

5.3 Metodologia

Trata-se de um estudo descritivo, com emprego da quantificação, com o intuito de conhecer a reação dos condutores em relação à condução sob efeito de bebidas alcoólicas. A elaboração deste estudo descritivo dividir-se-á da seguinte forma:

- I. Análise dos dados da Polícia Nacional de Angola relativamente à sinistralidade rodoviária;
- II. Elaboração de um questionário para captar a perceção e aceitação dos condutores em relação ao tema de estudo;
- III. Entrevista a um oficial da Polícia Nacional de Angola, para perceber a situação atual do país.
- IV. Tratamento dos dados obtidos através de modelos conceptuais e interpretação de seus resultados

5.4 Formação do Questionário

Tendo como base a Teoria do Comportamento Planeado (TCP) de Ajzen (1991) e seus posteriores desenvolvimentos do mesmo autor (Ajzen, 2006), elaborou-se um questionário que apresenta ainda questões adaptadas, sendo composto na totalidade por 29 questões (ver Tabela 4) de resposta fechada e uma de resposta aberta, endereçadas a 400 automobilistas, contendo afirmações para as quais se pede uma avaliação do grau de concordância, em escala de intervalo de 5 pontos. Esta técnica de recolha de dados torna possível um alcance geográfico maior, bem como o anonimato dos entrevistados. Foram formuladas três questões sobre a Intenção (INT1 a INT3), quatro questões sobre a Atitude (AT1 a AT4), cinco questões sobre a Norma Subjetiva (NS1 a NS5), seis questões sobre Controlo Comportamental Percebido (CCP1 a CCP6), sete questões sobre Avaliação Comportamental (CP1 a CP3) (ver Tabela 4). As questões foram colocadas aleatoriamente no inquérito, de forma a evitar o enviesamento das mesmas. Estas foram sujeitos a um pré-teste com o objetivo de torná-las de fácil compreensão, precisas, livre de ambiguidades e de questões inúteis. De acordo com os dados da Polícia Nacional de Angola, Luanda é a província com maior número de sinistros rodoviários, sendo que é a província com maior fluxo rodoviário, por isso contribuiu com maior número de entrevistados.

Os questionários foram realizados de forma presencial em zonas urbanas. Teve-se o cuidado de procurar um leque populacional variado, de automobilistas profissionais a amadores, dos mais instruídos aos menos letrados.

Foi ainda analisado o grau de cumprimento do questionário. Durante o estudo foram ocorrendo situações de âmbito nacional, como automobilistas sem carta de condução, sem ensino escolar mínimo (obrigatório) para obtenção da carta de condução, automobilistas alcoolizados, automobilistas sem idade legal para conduzir,

automobilistas desencartados (sem carta de condução) e cidadãos estrangeiros. Confrontados com tais problemas, optou-se por não incluir tais respostas no presente estudo.

Perguntas	Item/ número da pergunta
Atitude (Escala de 5 pontos para diferente semântica)	
Para mim consumir bebidas alcoólicas e conduzir é:	
Mau/Bom	AT1/7a)
Desnecessário/Necessário	AT2/7b)
Prejudicial/Benéfico	AT3/7c)
Desagradável/Agradável	AT4/7d)
Norma Subjetiva (Escala de 5 pontos)	
Se conduzir com excesso de álcool no sangue tenho maior probabilidade de me envolver num acidente de viação (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	NS1/Q15
Devo impedir que algum familiar/amigo conduza após o consumo de bebidas alcoólicas (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	NS2/Q16
Sinto pressão da sociedade para o consumo regular de bebidas alcoólicas (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	NS3/Q17
As campanhas de prevenção rodoviária em Angola não têm grande influência no comportamento dos condutores angolanos (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	NS4/Q18
As campanhas de prevenção rodoviária não têm grande influência no meu comportamento (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	NS5/Q19
Controlo Comportamental Percebido (Escala de 5 pontos)	
Sinto diferença na minha condução quando bebo e posteriormente	CCP1/Q20

conduzo (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	
Sinto-me confiante na minha capacidade de controlar o veículo após o consumo de bebidas alcoólicas (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	CCP2/Q21
Confio nos meus reflexos após o consumo de bebidas alcoólicas (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	CCP3/Q22
Se não me sentir em condições de conduzir não o farei (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	CCP4/Q23
As bebidas alcoólicas não têm nenhum tipo de influência na minha condução (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	CCP5/Q24
Evito o consumo de bebidas alcoólicas quando tenho que conduzir (1- Discordo Completamente a 5- Concordo Completamente)	CCP6/Q25
Avaliação Comportamental (Escala de 5 pontos)	
Conduzo todos os dias da semana (1- Raramente a 5- Frequentemente)	AC1/Q8
Consumo bebidas alcoólicas (1- Raramente a 5- Frequentemente)	AC2/Q9
Costumo consumir bebidas alcoólicas antes de conduzir (1- Raramente a 5- Frequentemente)	AC3/Q10
Já fui sancionado pela polícia devido à condução sob influência de bebidas alcoólicas (1- Raramente a 5- Frequentemente)	AC4/Q11
Já fui solicitado a usar o bafómetro quando parado numa “Operação Stop” (1- Raramente a 5- Frequentemente)	AC5/Q12
Quando consumo bebidas alcoólicas estou sujeito a exceder os limites de velocidade (1- Raramente a 5- Frequentemente)	AC6/Q13
Quando consumo bebidas alcoólicas as minhas capacidades cognitivas diminuem (1- Raramente a 5- Frequentemente)	AC7/Q14
Intenção (Escala de 5 pontos)	
Vou tentar não conduzir sob o efeito de bebidas alcoólicas (1-	INT1/Q26

Nada Provável a 5- Muito Provável)	
Tenciono persuadir as pessoas próximas a mim, a não conduzirem sob efeito de bebidas alcoólicas (1- Nada Provável a 5- Muito Provável)	INT2/Q27
Planeio seguir os conselhos dados pelas campanhas rodoviárias em Angola (1- Nada Provável a 5- Muito Provável)	INT3/Q28
Pode descrever alguma campanha de prevenção rodoviária que tenha visto ou ouvido em Angola? (Resposta Aberta)	INT4/Q29

Tabela 4 - Lista de questões incluídas no questionário sobre TCP, agrupadas de acordo com as diferentes variáveis/itens, com indicação do número da questão apresentada no instrumento original [Anexo, Questionário]

Foi realizada uma entrevista exploratória, que é muito importante nos processos de investigação, tendo como finalidade não verificar hipóteses preestabelecidas, mas sim, disponibilizar ideias, conceitos e opiniões (Quivy e Campenhoudt, 2008). Este tipo de entrevista permite uma maior compreensão das opiniões, não obstante o aumento do grau de dificuldade na codificação das respostas e do tempo alocado à análise de conteúdo (Wimmer e Dominick, 1996).

Sendo assim, serão objeto de análise os dados provenientes da Polícia Nacional de Angola, com o objetivo de obter informações como: número de acidentes, média de mortes por ano, número de feridos, danos materiais, entre outros.

6. Entrevista Explanatória

A entrevista (ver Anexo, p.60), foi endereçada a um Superintendente da Polícia Nacional de Angola, não identificado, por questões profissionais, sendo identificado pelo código “PNA06”. Foram retiradas as principais conclusões da entrevista, a fim de conhecer a conjuntura atual e as soluções vigentes.

Segundo a opinião do entrevistado:

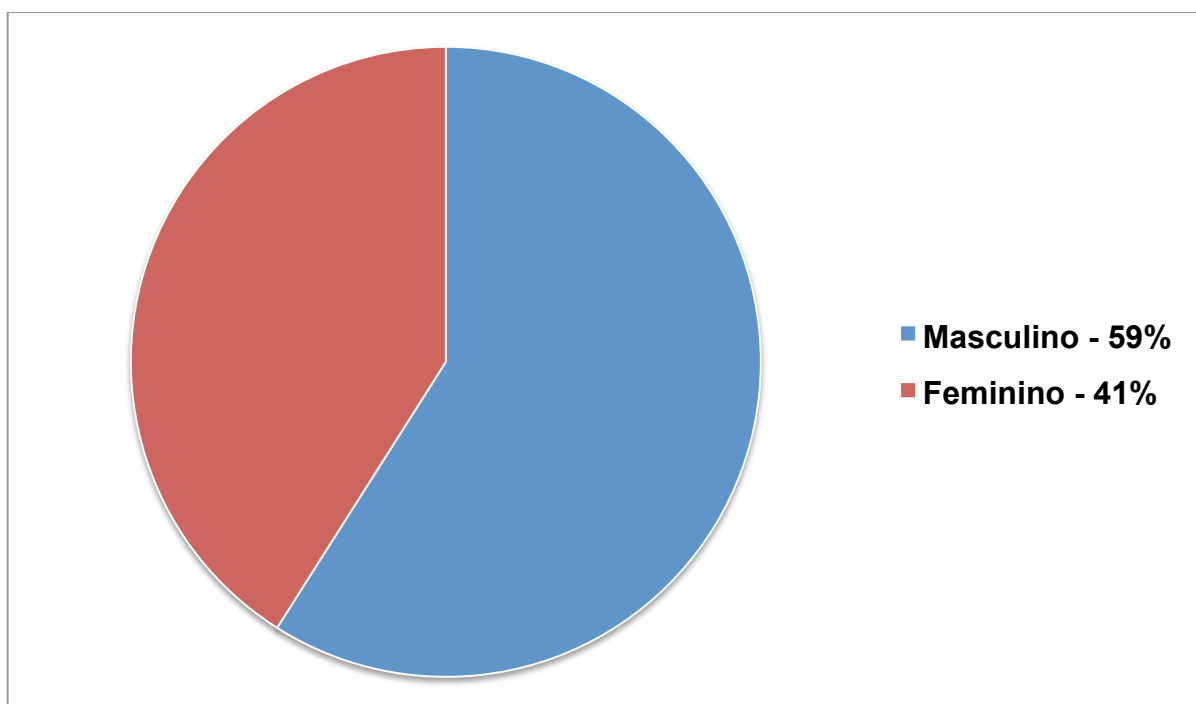
As campanhas de sensibilização no intuito de se reduzirem os sinistros em Angola têm sido efetuadas de forma simples e direta, de forma a atingirem a maior parte da população. O esforço por parte da Polícia na prevenção rodoviária é uma realidade, não podendo a população queixar-se da falta de sensibilização aos condutores. São ministradas palestras com um forte recurso a exposições que acabam apenas por causar um forte impacto aos visitantes, sem atingirem contudo o principal problema que reside na transformação da mentalidade dos condutores angolanos, que encara tais métodos de sensibilização de uma forma banal, entendendo a sua importância, mas não as valorizando. A sensibilização é feita de forma regular pelas autoridades competentes e pelas ONG's (Organizações Não Governamentais), mas devido ao elevado número de publicidade a bebidas alcoólicas, são confundidas muitas vezes com anúncios de prevenção, devido à frase no seu final “beba com moderação”. O preço das bebidas alcoólicas fomenta outra grande discussão, designadamente, se é ou não o grande influenciador para um consumo exagerado, pois zonas há em que a cerveja é mais barata que uma garrafa de água, havendo porém outras causas. Há no formato legal medidas dirigidas aos prevaricadores por ingestão de bebidas alcoólicas acima do limite permitido, onde se podem observar pagamentos de multas elevadas e medidas de coação que vão da simples detenção à prisão efetiva. Para reversão deste quadro, são sugeridas alterações ao quadro legal que afetarão a médio e longo prazo

o comportamento dos angolanos. Uma delas seria a introdução no ensino básico de uma disciplina sobre educação rodoviária, influenciando assim as futuras gerações a crescerem com outra visão sobre o problema. Parte dessa mesma educação rodoviária poderia também passar pelas igrejas, dada a expansão massiva destas. Outra seria a implementação de medidas rigorosas para os bares e vendedores de bebidas alcoólicas, à semelhança do que se assiste em países africanos vizinhos, como na Namíbia e África do Sul, com a proibição de venda daquelas a partir de determinada hora ou ainda o aumento dos impostos sobre as mesmas. Muito importante deveria ser a informação de forma simples e prática sobre a ingestão de bebidas, contrariamente ao anúncio aos condutores da existência de um bafómetro nas vias. Devido a uma deficiente fiscalização aos automobilistas e à não alteração da mentalidade dos condutores, assiste-se ao consumo exagerado de bebidas alcoólicas, com todo o seu séquito de sinistros, com elevado número de vítimas mortais.

7. Resultados

7.1 Participantes

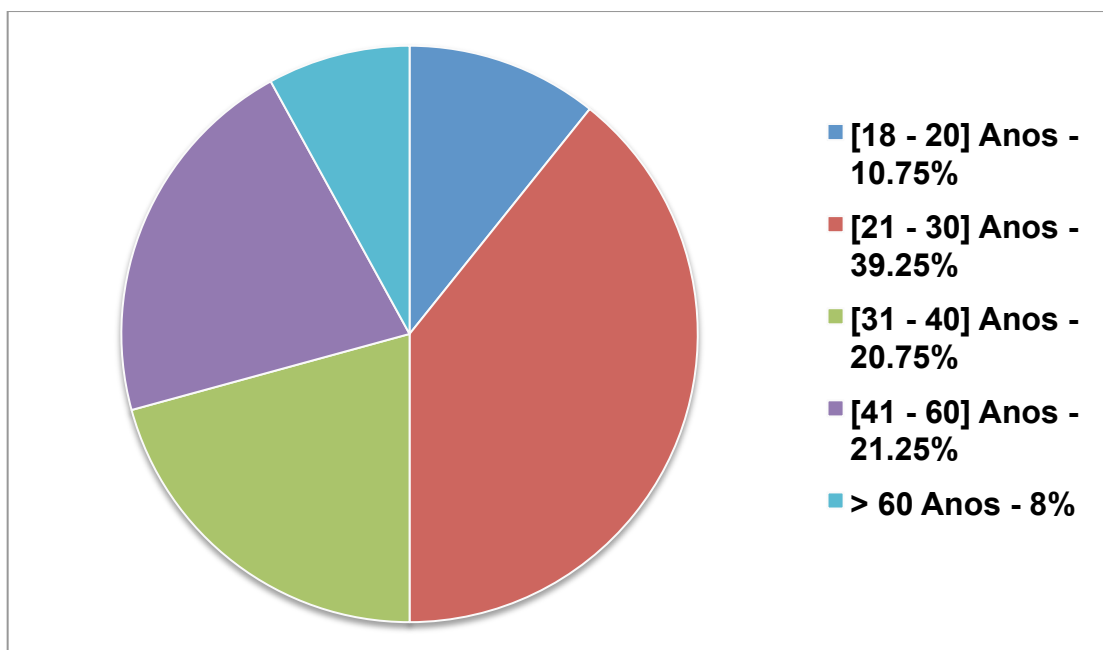
O universo do tema de estudo é constituído por indivíduos de nacionalidade angolana, com idade igual ou superior a 18 anos de idade, que possuam carta de condução e que exerçam a prática da condução em Angola.



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 5 - Distribuição de Género

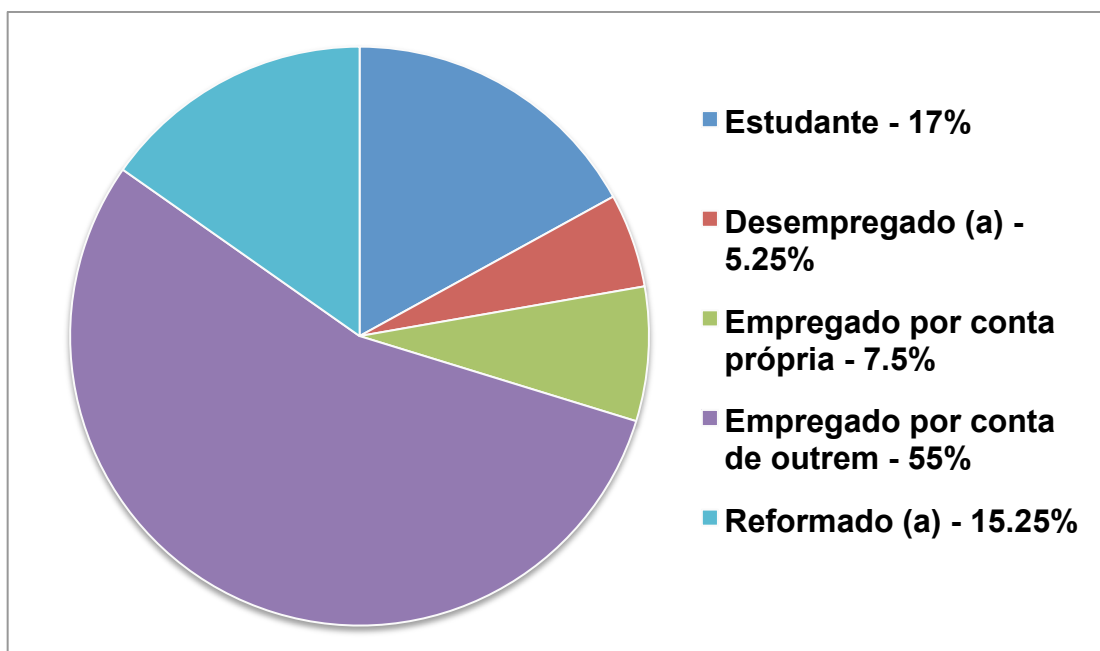
A amostra deste estudo foi constituída por 400 condutores, sendo 59% do sexo masculino e 41% do sexo feminino.



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 6 - Distribuição de Idade

Em relação à atividade profissional dos condutores, 17% eram estudantes, 5,25% desempregados, 7,5% empregados por conta própria, 55% empregados por conta de outrem e 15,25% encontravam-se na reforma.



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 7 - Distribuição de Atividade Profissional

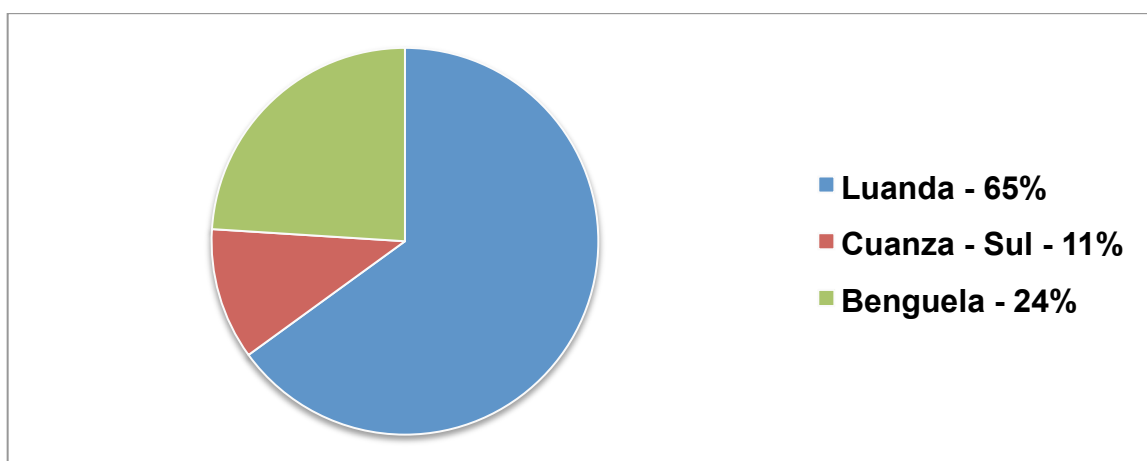
7.2 Recolha de Dados

Através de um questionário presencial em 3 províncias de Angola (Luanda, Cuanza-Sul e Benguela), foram inquiridos 400 indivíduos:

Luanda é a capital de Angola, província mais pequena e igualmente a mais populosa do país, com 6 542 944 habitantes (INE, 2014) distribuídos na sua pequena dimensão territorial de 18.835 km², concentrando assim 27% da população do país.

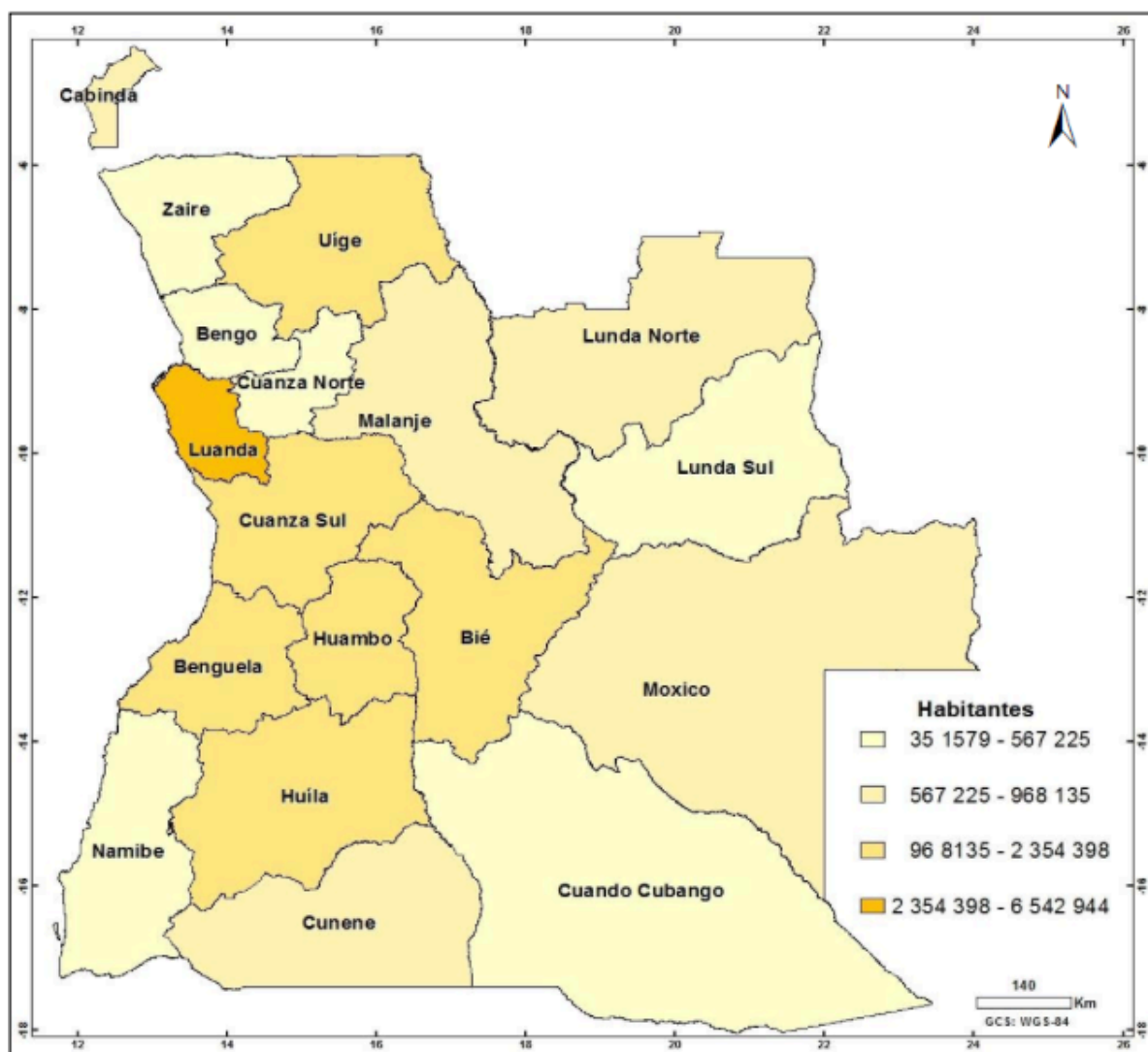
Cuanza – Sul é uma província de Angola situada no litoral centro-oeste. Tem uma área de 55.660 km² e 1 793 787 habitantes (INE, 2014), sendo 7,4% da população do país em seu território.

Benguela localiza-se no litoral centro de Angola e faz fronteira com Cuanza Sul, Huambo, Huíla e Namibe. Tem uma área de 37.802 km² e 2 036 662 habitantes (INE, 2014), albergando assim 8,4% da população do país.



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 8 - Distribuição da Amostra por Província



Fonte: INE (2014)

Figura 9 - Cartograma : Distribuição da população residente, por província, 2014

7.3 Consistência Interna de cada variável

Procedeu-se à verificação dos itens a incluir em cada um deles, tendo por base a análise da sua consistência interna, por via de alfa de Cronbach's (Hill e Hill, 2009).

Alpha Cronbach's	Fiabilidade
>0,9	Excelente
0,8 – 0,9	Bom
0,7 – 0,8	Razoável
0,6 – 0,7	Fraco
<0,6	Inaceitável

Fonte: Hill e Hill (2009, p.149)

Tabela 5 - Escala para Avaliação de Fiabilidade Alfa de Cronbach's

Na Análise Fatorial em Componentes Principais verificou-se a qualidade das correlações entre as variáveis pelo KMO (Kaiser-Mayer-Olkin), que compara as correlações simples com as parciais observadas entre as variáveis (Pestana e Gageiro, 1998).

KMO	Resultado Análise Fatorial
1 – 0,9	Muito Boa
0,8 – 0,9	Boa
0,7 – 0,8	Média
0,6 – 0,7	Razoável
0,5 – 0,6	Má
<0,5	Inaceitável

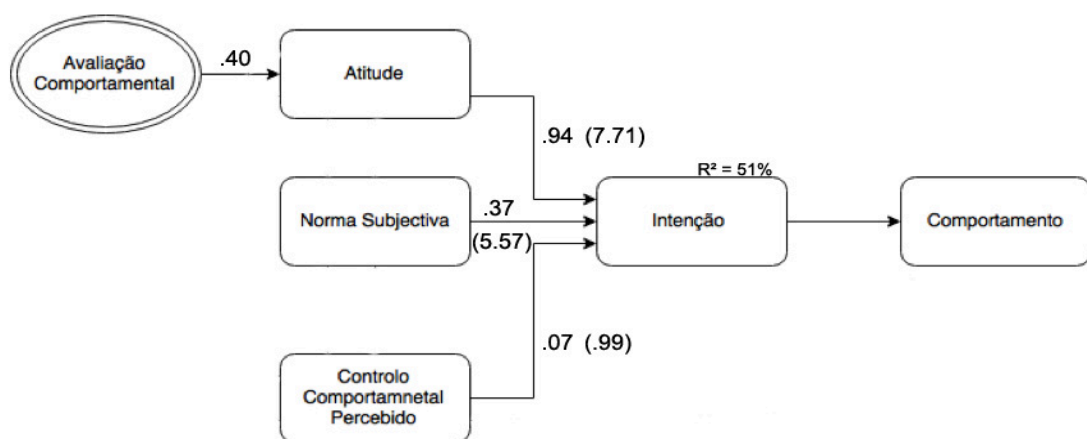
Fonte: Pestana e Gageiro (1998, p.330)

Tabela 6 - Coeficientes de Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)

Variável	KMO	Alpha Cronbach's
Atitude	0.807	0.900
Avaliação Comportamental	0.742	0.759
Norma Subjetiva	0.775	0.835
Controlo Comportamental Percebido	0.756	0.777
Intenção	0.641	0.719

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 7 – Consistência Interna de cada Variável



The Theory of Planned Behavior

Fonte: Dados do Software Lisrel

Figura 10 - Análise path da aplicação da Teoria de Comportamento Planeado (TCP)

7.4 Validação de Hipóteses

H1: A Atitude terá grande influência sobre a Intenção

Com os coeficientes de regressão normalizados (β) e respectivos valores de probabilidade associada (valor-p), obtidos pela regressão linear múltipla utilizada na verificação de H1 (R^2 ajustado = 0,37).

Conclui-se que a Atitude tem grande influência sobre a Intenção.

H2: A Norma Subjetiva não terá grande influência sobre a Intenção

Com os coeficientes de regressão normalizados (β) e respectivos valores de probabilidade associada (valor-p), obtidos pela regressão linear múltipla utilizada na verificação de H2 (R^2 ajustado = 0,37).

Conclui-se que a Norma Subjetiva tem influência sobre a Intenção.

H3: O Controlo Comportamental Percebido terá grande influência sobre a Intenção

Com os coeficientes de regressão normalizados (β) e respectivos valores de probabilidade associada (valor-p), obtidos pela regressão linear múltipla utilizada na verificação de H3 (R^2 ajustado = 0,37).

Conclui-se que o Controlo Comportamental Percebido não tem influência sobre a Intenção, e pelo seu valor não foi estatisticamente significativo no estudo.

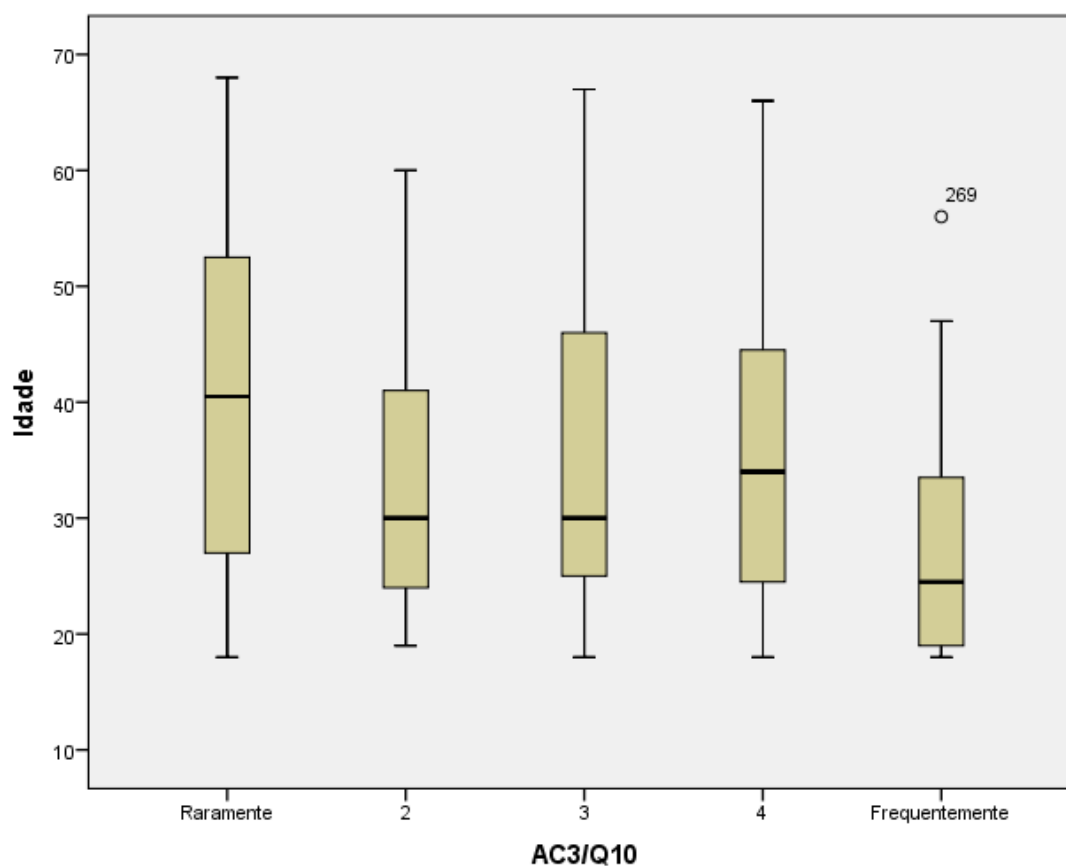
Hipóteses	Descrição	Coefficiente	t-value	p - value	Decisão
H1	A Atitude terá grande influência sobre a Intenção	.94	7.71	< .001	Verdadeira
H2	A Norma Subjetiva não terá grande influência sobre a Intenção	.37	5.57	< .001	Falsa
H3	O Controlo Comportamental Percebido terá grande influência sobre a Intenção	.07	.99	.3230	Falsa

Fonte: Dados Adaptados do Software Lisrel

Tabela 8 - Validação das Hipóteses (H1, H2 e H3)

H4: Os indivíduos com idade compreendida [18-20] anos não são o grupo mais propenso a realizar este tipo de comportamento (consumir bebidas alcoólicas antes da condução – AC3/Q10)

Para validar esta H4, foi necessário executar um teste de igualdade de médias.



Fonte: Dados do Software SPSS

Figura 11 - Diagrama de Caixa de Bigodes

Group Statistics					
	Idade 18 20	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
AC3/Q10	,00	357	3,22	,804	,043
	1,00	43	3,67	1,169	,178

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 9 - Group Statistics

Independent Samples Test					
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
AC3/Q10	Equal variances assumed	21,781	,000	-3,342	398
	Equal variances not assumed			-2,502	46,906

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 10 - Independent Samples Test

Independent Samples Test			
		t-test for Equality of Means	
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference
AC3/Q10	Equal variances assumed	,001	-,459
	Equal variances not assumed	,016	-,459
			Std. Error Difference
			,137
			,183

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 11 - Independent Samples Test

Independent Samples Test			
		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
AC3/Q10	Equal variances assumed	-,729	-,189
	Equal variances not assumed	-,828	-,090

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 12 - Independent Samples Test

Nas tabelas acima, são apresentados os valores do teste de Levene e do teste t. O teste de Levene permite-nos verificar a homogeneidade das variâncias. As variâncias são diferentes (p-value <0,05), não se assume a homogeneidade das mesmas, pelo que se optou por utilizar os valores do teste t de *Equal variances not assumed*. Os resultados indicam que o grupo em estudo (indivíduos entre os 18 e os 20 anos) é mais propenso a realizar este tipo de comportamento (consumir bebidas alcoólicas e conduzir em seguida); o teste mostrou diferenças estatisticamente significativas (p-value <0,05) para um intervalo de 95% de confiança. Assim, conclui-se que a hipótese é falsa.

8. Conclusão

Com o presente estudo pretendeu-se avaliar a intenção dos condutores angolanos em adotar um comportamento recorrente de conduzir sob o efeito de bebidas alcoólicas, suportado pela utilidade preditiva da Teoria do Comportamento Planeado (modelo de mudança comportamental). O álcool e a condução nunca foram aliados, causando muitas mortes, isto porque não se dá o verdadeiro valor para este problema que, relativamente ao número de mortes em Angola, só perde para a malária. Com essa tendência de crescimento, os acidentes rodoviários poderão ser a primeira causa de morte a longo prazo. Embora o trabalho realizado esteja concluído, há um bom conhecimento das boas práticas em relação ao álcool e à condução, mas não se refletem na totalidade na Intenção (de não conduzir após o consumo de bebidas alcoólicas). Se é prioridade para o governo angolano reduzir tais números, é necessário definir estratégias que sejam eficientes, para a mudança de comportamento. As análises revelaram uma significativa relação da Intenção com as restantes variáveis do modelo (Atitude e Norma Subjetiva). Tendo a Intenção de executar o comportamento, sendo preditivo pela Atitude e a Norma Subjetiva, e não pelo Controlo Comportamental Percebido. Dos resultados do presente estudo, é notável que a variável Atitude, foi de longe o mais forte preditor da intenção de executar o comportamento futuro, possuindo um coeficiente de 0.94, sendo esta, segundo Ajzen (1991), um fator importante para a tomada de uma decisão em particular, com adição de eventos psicológicos associados à mesma (Avaliação Comportamental), contribuem para obtenção de informações determinantes para a intenção de executar o comportamento. (Ajzen, 1991). A Norma Subjetiva contribuiu significativamente sobre a Intenção, com um coeficiente de 0.37. Sugerindo que as

campanhas são assimiladas pelos condutores, mas não são postas em prática (Ver Anexo, Análise Fatorial), acreditando que essas mesmas campanhas não tenham tido o efeito desejado pelas autoridades. A maioria dos automobilistas inquiridos, mencionou o famoso *slogan* “*se conduzir, não beba*”, quando lhes perguntado para descrever uma campanha de prevenção que tenha visto ou ouvido em Angola (INT4/Q29), pode ser um pequeno indicador, demonstrando que as campanhas realizadas pelas autoridades competentes não têm surtido efeito. A pressão social para o consumo de bebidas alcoólicas (NS3/Q17), vai de encontro com os autores (Bibb et al., 1980, Harford e Grant, 1987), que o ciclo em que o indivíduo se encontra pode influenciar nas intenções do mesmo para comportamentos relacionados à bebidas alcoólicas. Os resultados sugerem uma abordagem multifacetada para a redução e prevenção do consumo de álcool e posteriormente à condução pode ser uma estratégia útil a médio e longo prazo. Os níveis de intenção do consumo de bebidas alcoólicas e condução, são significativos. As perceções, crenças, motivações e a importância das sanções foram preditores da intenção de consumir bebidas alcoólicas e posteriormente conduzir. Um programa de prevenção pode ter como alvo específico um desses fatores. Mas uma abordagem multifacetada pode atingir facilmente grande parte da população com uma estratégia singularmente focada (reduzir o número de condutores que apresentam um nível elevado de álcool no sangue), podendo passar por sanções mais duras e aumentar o nível de supervisão policial. Este tipo de abordagem melhoraria as chances dos condutores não consumirem bebidas alcoólicas antes de conduzir, reduzindo assim os efeitos nocivos do álcool na condução.

8.1 Sugestões e Limitações

Sugere-se a prática futura, a adição de variáveis no modelo, que contribuam para o melhor entendimento do comportamento, os motivos que levam o automobilista a exercer tal comportamento, por exemplo. Extensão às restantes províncias do país, podendo assim perceber num estudo com amostras maiores, o comportamento de cada automobilista por região. Neste trabalho, o Controlo Comportamental Percebido não teve significância estatística, contudo o estudo teria sido beneficiado com uma melhor formulação das questões referentes a este construto. Acesso à informação de forma mais facilitada por parte dos órgãos institucionais, permitindo a obtenção de dados que nos possibilitem analisar, planejar e sugerir métodos preventivos eficazes.

9. GLOSSÁRIO

Existem alguns conceitos que são importantes de se referenciar para os contextualizar nos capítulos que serão apresentados. De seguida apresenta-se algumas definições relevantes (ANSR, 2007):

Acidente: Ocorrência na via pública ou que nela tenha origem envolvendo pelo menos um veículo em movimento, do conhecimento das entidades fiscalizadoras (CGP, BT) e da qual resultem vítimas e/ou danos materiais.

Acidente mortal: Acidente do qual resulte pelo menos um morto.

Acidentes com feridos graves: Acidente do qual resulte pelo menos um ferido grave, não tendo ocorrido qualquer morte.

Avaliação Comportamental: As consequências percebidas de uma ação.

Condutor: Pessoa que detém o comando de um veículo ou animal na via pública.

Morto ou vítima mortal: vítima de acidente cujo óbito ocorra no local do evento ou no seu percurso até à unidade de saúde.

Peão: Pessoa que transita na via pública a pé e em locais sujeitos à legislação rodoviária. Consideram-se ainda peões, todas as pessoas que conduzam à mão velocípedes ou ciclomotores de duas rodas sem carro atrelado ou carros de crianças ou de deficientes físicos.

Passageiro: Pessoa afeta a um veículo na via pública e que não seja condutora.

Vítimas: Ser humano que em consequência de acidente sofra danos corporais.

10.Bibliografia

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, personality, and behavior. McGraw-Hill Education (UK), 117-140.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire. Retrieved from <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Andreason, A. R., & Manning, J. (1987). Culture conflict in health care marketing. *Journal of health care marketing*, 7(1), 2.
- ANSR, (2007) – “Sinistralidade Rodoviária”, Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária, Observatório Nacional de Segurança Rodoviária
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2000). Social cognition models and health behaviour: A structured review. *Psychology and health*, 15(2), 173-189.
- Armitage, C. J. (2005). Can the theory of planned behavior predict the maintenance of physical activity? *Health psychology*, 24(3), 235.
- Amodeo, M., & Jones, L. K. (1997). Viewing alcohol and other drug use cross culturally: A cultural framework for clinical practice. *Families in Society: The Journal of Contemporary Social Services*, 78(3), 240-254.
- Atkinson, J. W. (1964). An introduction to motivation.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.
- Biddle, B. J., Bank, B. J., & Marlin, M. M. (1980). Social determinants of adolescent drinking; what they think, what they do and what I think and do. *Journal of Studies on Alcohol*, 41(3), 215-241.

- Biddle, S. J., & Mutrie, N. (2007). *Psychology of physical activity: Determinants, well-being and interventions*. Routledge
- Bloom, P. N., & Novelli, W. D. (1981). Problems and challenges in social marketing. *The Journal of Marketing*, 79-88.
- Buckworth, J., & Dishman, R. K. (2007). Exercise adherence. *Handbook of Sport Psychology, Third Edition*, 509-536.
- Cameron, M., & Harrison, W. (1998). Developing an effective public education strategy for road safety based on successful experience in Australia. Paper presented at the 9th International Conference Road Safety in Europe, Germany, 71-89.
- Chatzisarantis, N., Hagger, M., Biddle, S., & Smith, B. (2005). The stability of the attitude-intention relationship in the context of physical activity. *Journal of Sports Sciences*, 23(1), 49-61.
- Courneya, K. S. (1995). Understanding readiness for regular physical activity in older individuals: An application of the theory of planned behavior. *Health Psychology*, 14(1), 80.
- De Visser, R. O., & McDonnell, E. J. (2012). 'That's OK. He's a guy': A mixed-methods study of gender double-standards for alcohol use. *Psychology & health*, 27(5), 618-639.
- DNVT, Direção Nacional de Viação e Trânsito (2016), "Número de candidatos a condutores aprovados 2009-2013", Retrieved from: <http://www.dnvt.gov.ao/estatisticas-e-sinistralidade/numero-de-candidatos-a-condutores-aprovados/>

- DNVT, Direção Nacional de Viação e Trânsito (2016), “Acções de Prevenção Rodoviária”, Retrieved from: <http://www.dnvt.gov.ao/accoes-de-prevencao-rodoviaria/>
- DNVT, Direção Nacional de Viação e Trânsito (2017), “Estatística e Sinistralidade”, Retrieved from: <http://www.dnvt.gov.ao/estatisticas-e-sinistralidade/>
- DNVT, Direção Nacional de Viação e Trânsito (2017), “Taxa de Sinistralidade entre 2009 – 2013 e Estados Evolutivos”, Retrieved from: <http://www.dnvt.gov.ao/estatisticas-e-sinistralidade/taxa-de-sinistralidade-nos-ultimos-cinco-anos-e-estados-evolutivos/>
- Ferreira-Borges, C., Esser, M. B., Dias, S., Babor, T., & Parry, C. D. (2015). Alcohol control policies in 46 African countries: opportunities for improvement. *Alcohol and alcoholism*, 50(4), 470-476.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). Predicting and understanding consumer behavior: Attitude-behavior correspondence. *Understanding attitudes and predicting social behavior*, 148-172.
- Francis, J., Eccles, M. P., Johnston, M., Walker, A. E., Grimshaw, J. M., Foy, R., ... & Bonetti, D. (2004). Constructing questionnaires based on the theory of planned behaviour: A manual for health services researchers.
- Hagger, M. S., Chatzisarantis, N. L., & Biddle, S. J. (2002). A meta-analytic review of the theories of reasoned action and planned behavior in physical activity: Predictive validity and the contribution of additional variables. *Journal of sport and exercise psychology*, 24(1), 3-32.
- Harford, T. C., & Grant, B. F. (1987). Psychosocial factors in adolescent drinking contexts. *Journal of Studies on Alcohol*, 48(6), 551-557
- Harman, B., & Murphy, M. (2008). The application of social marketing in reducing road traffic accidents among young male drivers: an investigation using

- physical fear threat appeals. *International Journal of Business and Management*, 3(7), 129-139.
- Hill, M., & HILL, A. (2008). Investigação por questionário Investigação por questionário. *Lisboa: Sílabo*.
- Hoekstra, T., & Wegman, F. (2011). Improving the effectiveness of road safety campaigns: Current and new practices. *IATSS research*, 34(2), 80-86.
- INE, Instituto Nacional de Estatística de Angola (2014), “Censo Geral 2014”
- IMTT, Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres (2017), “Álcool, Medicamentos e Substâncias Psicotrópicas”
- IMTT, Instituto da Mobilidade e dos Transportes Terrestres (2017), “Condução Defensiva”
- Kotler, P., & Andreasen, A. R. (1996). Strategic Marketing for Nonprofit Marketing.
- Lefebvre, R. C. (2013). *Social marketing and social change: Strategies and tools for improving health, well-being, and the environment*. John Wiley & Sons. 33-76
- Lippke, S., Ziegelmann, J. P., & SCHWARZER, R. (2004). Initiation and maintenance of physical exercise: Stage-specific effects of a planning intervention. *Research in Sports Medicine*, 12(3), 221-240.
- Marques, António Pinduka de Melo (2013). “Reflexão sobre o trânsito, a sinistralidade e a influência do álcool na condução em Luanda. Causas, problemas e soluções (possíveis e necessárias)”. CGPN, Retrieved from: <http://docplayer.com.br/21725691-Antonio-pinduka-de-melo-marques.html>
- Nisbet, E. K., & Gick, M. L. (2008). Can health psychology help the planet? Applying theory and models of health behaviour to environmental actions. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 49(4), 296.
- Parry, C. D., Myers, B., & Thiede, M. (2003). The case for an increased tax on alcohol in South Africa. *South African Journal of Economics*, 71(2), 265-281.

Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2005). Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS.

Polícia Nacional de Angola. (2014). “Conferência Nacional sobre Prevenção Rodoviária”. Retrieved from: <http://www.governo.gov.ao/VerNoticia.aspx?id=20995>

Reuters (2012). “Insight: African alcohol binge raises pressure for crackdown”. Retrieved from: <https://www.reuters.com/article/us-africa-alcohol/insight-african-alcohol-binge-raises-pressure-for-crackdown-idUSBRE8760R520120808>

Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2008). Manual de Investigação em Ciências Sociais (5ª Edição). Lisboa: Gradiva Publicações.

Smith, William. A. (2006). Social marketing: an overview of approach and effects. *Injury prevention*, 12(suppl 1), 38-43.

Ulleberg, P., & Rundmo, T. (2003). Personality, attitudes and risk perception as predictors of risky driving behaviour among young drivers. *Safety science*, 41(5), 427-443.

Van Den Heever, M., Mbanjwa, B. (2010), “Drink-drive campaign gets ugly”. Retrieved from: <https://www.iol.co.za/news/drink-drive-campaign-gets-ugly-950728>

WHO, World Health Organization. (1984). Accidentes del tráfico en los países en desarrollo: informe de una reunión de la OMS [se celebró en la Ciudad de México del 9 al 13 de noviembre de 1981].

WHO, World Health Organization. (2001). Global status report on Alcohol 2001, 5-12.

WHO, World Health Organization (2007), Drink and Drive: A Road Safety Manual for Decision-Makers and Practitioners, 5-38.

WHO, World Health Organization. (2013). Global status report on road safety 2013: supporting a decade of action: summary.

Wimmer, R. D., DADER, J., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Bosch.

11.Anexos

11.1 Entrevista completa com Subintendente da Polícia Nacional

- 1) Porquê que a polícia não investe fortemente em campanhas de raiz para combater o alcoolismo?**

PNA06: A Polícia tem campanhas direcionadas para o efeito, mas o que acontece na prática é o seguinte: as publicidades das bebidas alcoólicas (nomeadamente cervejas, Whiskies, vodkas, etc.) são confundidas como anúncios de prevenção, porque no final existe a tal frase célebre “beba com moderação”.

- 2) Dos métodos de sensibilização que a polícia nacional utiliza, qual para si considera mais efetivo?**

PNA06: Na minha opinião, ainda são as palestras recorrendo a exposições, porque causam mais impacto, mas, sendo elas as mais efetivas, o grande problema não está na sua apresentação, porque até elas são muito bem feitas; o grande problema está na mentalidade do povo angolano, porque logo após à sua assistência, vão consumir bebidas alcoólicas em seguida. Por vezes não é uma questão da polícia, mas sim da sociedade em si, que carece de um estudo, porque o angolano pensa que as coisas más nunca irão acontecer com ele, mas sim com outros. E isso ajuda a subir os números da sinistralidade do país.

3) Acha que o preço tem grande influência no consumo de bebidas alcoólicas?

PNA06: Não necessariamente. Depende muito. É verdade que por vezes a cerveja é mais barata que uma garrafa de água, mas como disse anteriormente, as causas para o elevado consumo são outras, e não o preço.

4) As penas não são leves de mais para a condução sob efeito de álcool, o que pode influenciar os condutores a não terem receio de ingerir tais bebidas?

PNA06: Não, as penas até são relativamente pesadas; em caso de acidente, o cidadão é detido. Numa operação stop se o indivíduo for apanhado com uma taxa não muito elevada, é apenas autuado com conselhos, mas se for uma taxa superior 1,5 g/l é detido e posteriormente levado a tribunal onde pode incorrer numa pena que varia de 1-6 meses ou no pagamento de uma multa, dependendo do caso.

5) Como analisa as campanhas rodoviárias em Angola no geral?

PNA06: As campanhas são boas, simples e diretas; para se atingir a maior parte da população são feitas de diversas formas; o que a população não se pode queixar é de falta de sensibilização, pois elas existem e os próprios condutores sabem. O problema está em como a população encara as mesmas; mudar a cabeça das pessoas não é fácil. A população não gosta (“respeita”) da polícia mas precisa da polícia nos momentos difíceis. E quando assim o é, fica difícil uma mudança. Os dois lados têm que estar em perfeita harmonia.

6) outras sugestões?

PNA06: Escolas: eu sou a favor da implementação de uma disciplina de “educação rodoviária” a partir do 3º nível de escolaridade, para as futuras gerações crescerem com esses aspetos enraizados, de que o trânsito é tão importante como disciplinas como “moral e cívica”. Se mata tanto no nosso país, temos que começar a mudar as consciências das crianças, para podermos sentir os resultados no futuro.

Igrejas: também têm um papel preponderante na expansão da mensagem sobre a sinistralidade, visto que conseguem chegar por vezes a uma camada da população que é muito propensa a realizar tais sinistros rodoviários.

Bares / Festas: deveríamos adotar formas eficazes de penalizar os bares e vendedores de bebidas alcoólicas, utilizadas em outros países africanos, no caso da Namíbia e África do Sul. Por exemplo, o proprietário de um bar ou de uma “janela aberta” que é confrontado com uma criança a tentar adquirir uma bebida alcoólica no seu estabelecimento, tem que proibir a venda à mesma, e denunciar à polícia, para que os responsáveis pela criança pagassem uma multa. Pelo facto de ele ter denunciado, deveria receber 10% da multa aplicada aos infratores, ou ainda a proibição de bebidas alcoólicas a partir de determinada hora, “18:00h” por exemplo; qualquer estabelecimento que estivesse a comercializar tal produto, seria penalizado.

- Estive a fazer as contas e verifiquei que estivemos 30 anos em guerra, morreram milhões de angolanos, mas em 30 anos de paz, as estradas irão fazer mais vítimas mortais que a guerra.
- Existe sim legislação para o uso do bafómetro, mas as pessoas não sabem. Logo seria bom informar também com diagramas, para as pessoas perceberem quantas garrafas de cerveja podem beber para não ultrapassar o limite permitido por lei.
- Mas no âmbito geral, a “fiscalização” e “mentalidade” é que estão na base do consumo exagerado de bebidas alcoólicas.

11.2 Análise Fatorial

Atitude (KMO = 0,807 / α = 0,900)	Loadings
AT1/7a)	0.714
AT2/7b)	0.815
AT3/7c)	0.782
AT4/7d)	0.769

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 13 – Análise Fatorial da variável Atitude

Avaliação Comportamental (KMO = 0,742 / α = 0,759)	Loadings
AC1/Q8	0.714
AC2/Q9	0.815
AC3/Q10	0.782
AC4/Q11	0.769
AC5/Q12	0.797
AC6/Q13	0.781
AC7/Q14	0.709

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 14 – Análise Fatorial da variável Avaliação Comportamental

Norma Subjetiva (KMO = 0,775 / α = 0,835)	Loadings
NS1/Q15	0.266
NS2/Q16	0.670
NS3/Q17	0.752
NS4/Q18	0.732
NS5/Q19	0.618

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 15 – Análise Fatorial da variável Norma Subjetiva

Controle Comportamental Percebido (KMO = 0,756 / α = 0,777)	Loadings
CCP1/Q20	0.857
CCP2/Q21	0.715
CCP2/Q22	0.697
CCP2/Q23	0.768
CCP2/Q24	0.780
CCP2/Q25	0.422

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 16 – Análise Fatorial da variável Controle Comportamental Percebido

Intenção (KMO = 0,641 / α = 0,719)	Loadings
INT1/Q26	0.732
INT2/Q27	0.707
INT3/Q28	0.504

Fonte: Dados do Software SPSS

Tabela 17 – Análise Fatorial da variável Intenção

11.3 Questionário

1. Idade: ____ Anos

2. Género:

☐ Masculino_[1]

☐ Feminino_[2]

3. Atividade:

☐ Estudante_[1]

☐ Empregado (a) por conta de outrem_[4]

☐ Desempregado (a)_[2]

☐ Reformado (a)_[5]

☐ Empregado (a) por conta própria_[3]

4. Formação Académica:

☐ Primário_[1]

☐ Pós graduação_[4]

☐ Secundário_[2]

☐ Mestrado_[5]

☐ Licenciatura_[3]

☐ Doutoramento_[6]

5. Estado Civil:

☐ Solteiro(a)_[1]

☐ Casado(a)_[2]

☐ Divorciado(a)_[3]

☐ Viúvo(a)_[4]

6. Tem carta de condução?

☐ Sim_[1] ☐ Não_[2]

7) Para mim consumir álcool e conduzir é :

a) Mau					Bom
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	

b) Desnecessário				Necessário
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

c) Prejudicial				Benéfico
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

d) Desagradável				Agradável
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

8) Conduzo todos os dias da semana.

Raramente				Frequentemente
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

9) Consumo bebidas alcoólicas.

Raramente				Frequentemente
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

10) Costumo consumir bebidas alcoólicas antes de conduzir.

Raramente				Frequentemente
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

11) Já fui sancionado pela polícia devido a condução sob influência de bebidas alcoólicas.

Raramente				Frequentemente
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

12) Já fui solicitado a usar o bafómetro quando parado numa “Operação Stop”.

Raramente				Frequentemente
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

13) Quando consumo bebidas alcoólicas estou sujeito a exceder os limites de velocidade.

Raramente				Frequentemente
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

14) Quando consumo bebidas alcoólicas as minhas capacidades cognitivas diminuem.

Raramente				Frequentemente
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

15) Se conduzir com excesso de álcool no sangue tenho maior probabilidade de me envolver num acidente de viação.

Discordo Completamente				Concordo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

16) Devo impedir que algum familiar/amigo conduza após o consumo de bebidas alcoólicas.

Discordo Completamente				Concordo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

17) Sinto pressão da sociedade para o consumo regular de bebidas alcoólicas .

Discordo Completamente				Concordo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

18) As campanhas de prevenção rodoviária em Angola não têm grande influência no comportamento dos condutores angolanos.

Discordo Completamente				Concordo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

19) As campanhas de prevenção rodoviária não têm grande influência no meu comportamento.

Discordo Completamente				Concordo
------------------------	--	--	--	----------

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
-----	-----	-----	-----	-----

20) Sinto diferença na minha condução quando bebo e posteriormente conduzo.

Discordo Completamente	Concordo
------------------------	----------

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
-----	-----	-----	-----	-----

21) Sinto-me confiante na minha capacidade de controlar o veículo após o consumo de bebidas alcoólicas.

Discordo Completamente	Concordo
------------------------	----------

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
-----	-----	-----	-----	-----

22) Confio nos meus reflexos após o consumo de bebidas alcoólicas.

Discordo Completamente	Concordo
------------------------	----------

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
-----	-----	-----	-----	-----

23) Se não me sentir em condições de conduzir não o farei.

Discordo Completamente	Concordo
------------------------	----------

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
-----	-----	-----	-----	-----

24) As bebidas alcoólicas não têm nenhum tipo de influência na minha condução.

Discordo Completamente	Concordo
------------------------	----------

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
-----	-----	-----	-----	-----

25) Evito o consumo de bebidas alcoólicas quando tenho que conduzir.

Discordo Completamente	Concordo
------------------------	----------

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
-----	-----	-----	-----	-----

26) Vou tentar não conduzir sob o efeito de bebidas alcoólicas.

Nada Provável	Muito Provável
---------------	----------------

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
-----	-----	-----	-----	-----

27) Tenciono persuadir às pessoas próximas a mim, a não conduzirem sob efeito de bebidas alcoólicas

Nada Provável				Muito Provável
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

28) Planeio seguir os conselhos dados pelas campanhas rodoviárias em Angola.

Nada Provável				Muito Provável
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

29) Pode descrever alguma campanha de prevenção rodoviária que tenha visto ou ouvido em Angola?

